iResearch
艾 瑞 咨 询

路漫漫其修远兮

中国大语文行业研究报告

2020年

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术(www.zuihaoziyuan.com)专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注PDF）

扫码加微信lax988988领取资料

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

摘要

新高考背景下，语文学科在高利害考试中的权重得到提升，语文培训需求迅速释放；**新课标**背景下，语文教师亟待提升业务能力，校内外集体教研推动产品供给多元化；**新教材**背景下，以传统文化与整本书阅读构筑语文核心素养加大了语文学习的难度。

厚积薄发，各类玩家基于自身在**资本、口碑、体系、品牌**上的优势，以**名师模式卡位**，不同程度地向**教辅、教培、教研、教学**进行渗透，并针对不同学段的差异化需求，适配**培优与补差、考试类与非考试类**的产品与服务，一齐开启语文教改新十年。

2019年，中国大语文行业市场规模达**395.8亿元**，同比增长**22.1%**，其中作文类市场占比达**52.3%**，依旧是主要的细分赛道。阅读类市场占比达**33.4%**，随着课程类与通识类产品的低龄化和体系化程度不断加深，未来阅读类市场占比将进一步提升。

名师化主旋律不变，完善与创新师训体系与激励机制，遴选与培养存量与增量名师；**泛IP化**的潜力较大，以“文创+教育+文娱”的方式触达低幼学段与教育家长群体；**OMO化**场景丰富，贯穿全环节的线上线下混合式学习将成为未来语文产品的标配。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.7 iResearch Inc.

发展背景：新高考、新课标、新教材	1
发展现状：应运而生，方兴未艾	2
细分板块：百舸争流，激流勇进	3
企业案例：推陈出新，任重道远	4
未来趋势：名师化、泛IP化、OMO化	5

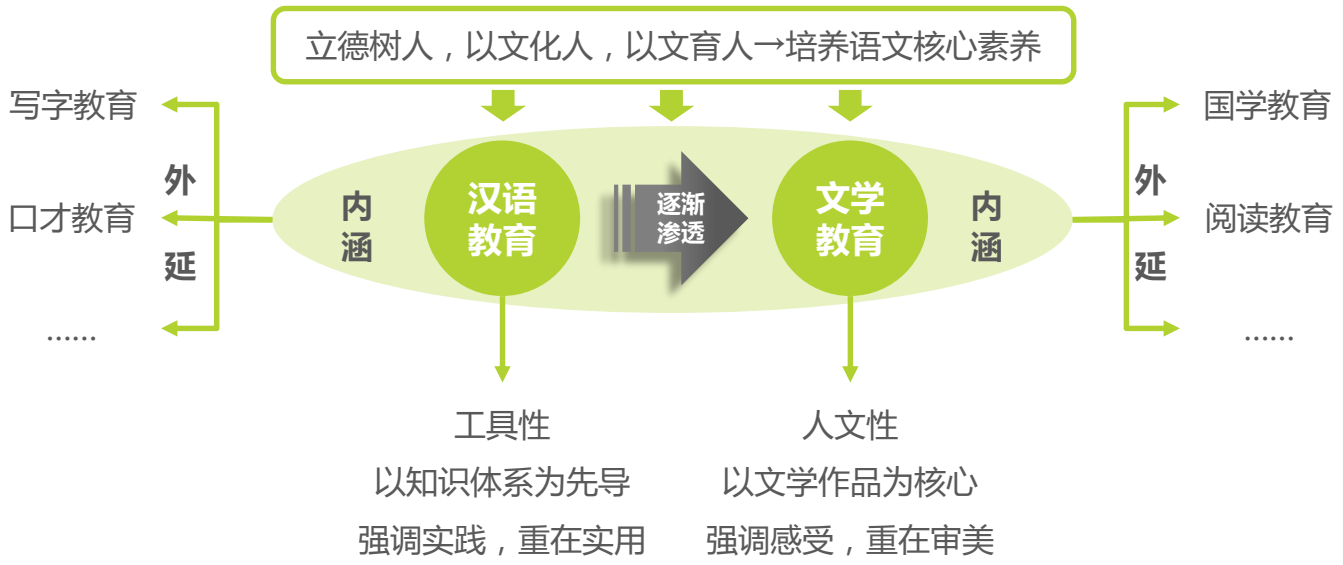
概念界定

“大”在学科外延泛化，“新”在学科内涵深化

本文所指“语文”，特指作为中国通用语言文字运用学科课程名称的“语文”，即“语文学科”。自1950年教育部设“语文学科”以来，中小学语文的教学内容与教学目标逐渐清晰，语文学科开始课程化，这不可避免地使语文学科的内涵变得具体而狭隘。从历史上语文分科制改革的角度来看，语文学科教育可以分为“汉语教育”与“文学教育”，前者侧重工具性，后者侧重人文性，在追求学科科学化的过程中，带有鲜明的科学主义特色的工具属性被不断强化。

在教改的大背景下，语文学科的内涵由汉语教育向文学教育渗透，学科外延也得到拓展，新式语文即大语文应运而生。从内涵来看，传统语文教学侧重于咬文嚼字、遣词造句和缀句成文，培养学生听、说、读、写的语言应用能力，而“大语文”则侧重于提高学生的人文素养，培养学生初步阅读分析文学作品的能力。从外延来看，为培养学生的语文学科核心素养，强调传统文化的育人作用，国学、写字、口才、阅读等兴趣与活动教育的内容也纳入了语文学习的范畴。

大语文的概念界定



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.7 iResearch Inc.

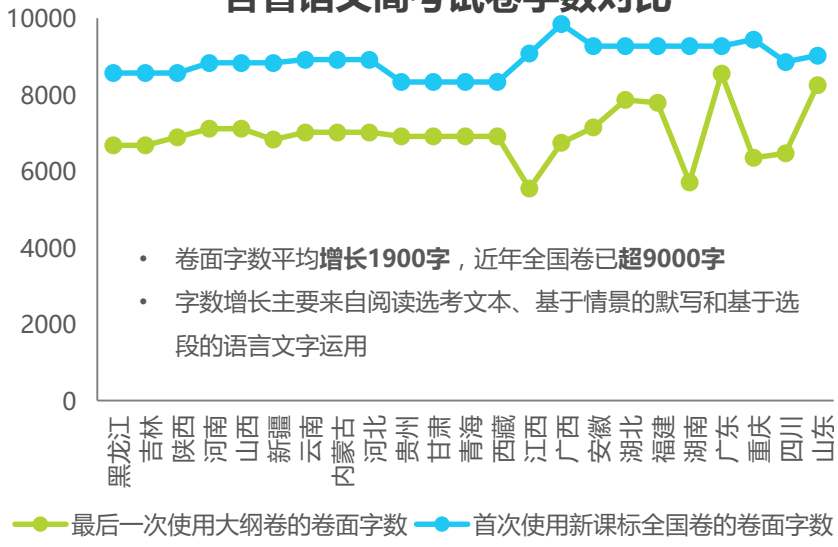
发展驱动力：考试改革

新课标全国卷适用省份逐年增多，新中高考均提升语文权重

自2007年开启新课标高考以来，全国各省逐步纳入新课标高考体系，各科逐渐从自主命题过渡到全国统一命题，目前除北京、天津、上海、江苏、浙江外，其余省份的语文高考均由国家考试中心统一命题。课改之前，未纳入新课标高考体系的省份主要参考考试大纲进行命题，从课改要求上来看，新课标全国卷对学生的综合素质要求更高，相比“大纲卷”，“课标卷”更注重考核学生的创新思维和学以致用的能力，其开放性试题较多，题目较为新颖灵活，考察难度也较大。

自2014年新高考改革开始，语文学科在考试评价体系中的权重得到提升。从原始分与等级分的角度来看，等级分学科在选考策略的帮助下可实现整体分数的提升，与语数外三门原始分学科相比，等级分学科的区分度下降；从数学与外语考试变化的角度来看，数学考试不分文理科后，考试范围将趋于传统文理科数学之间，至少对于有理科倾向的学生而言，数学考试的难度将下降。外语科目提供两次考试机会后，无论是听力与笔试分开考试取合计分值，还是统一考两次取最高分值，均有助于英语总成绩的提升。高考指挥棒的影响下，部分地区的中考方案中，语文学科的考试分数与内容也有相应的改

各省语文高考试卷字数对比



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中考语文分值与难度的变化

时间	城市	主要内容	执行时点
2013.03	宁波	语文120分→150分 数学130分→150分 英语110分→120分	2014年中考执行
2014.11	长沙	语文120分→150分 数学120分保持不变 英语120分→100分 增加中华优秀传统文化常识和综合探究的内容；适当增加古诗文阅读、记叙文阅读、作文的分值比重	2015年中考执行
2015.03	娄底	语文120分→150分 数学英语各120分保持不变	2015年中考执行
2018.04	济南	语数英均由120分调整至150分	2018年中考执行
2018.11	深圳	语文100分→120分 数学英语各100分保持不变	2021年中考执行

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

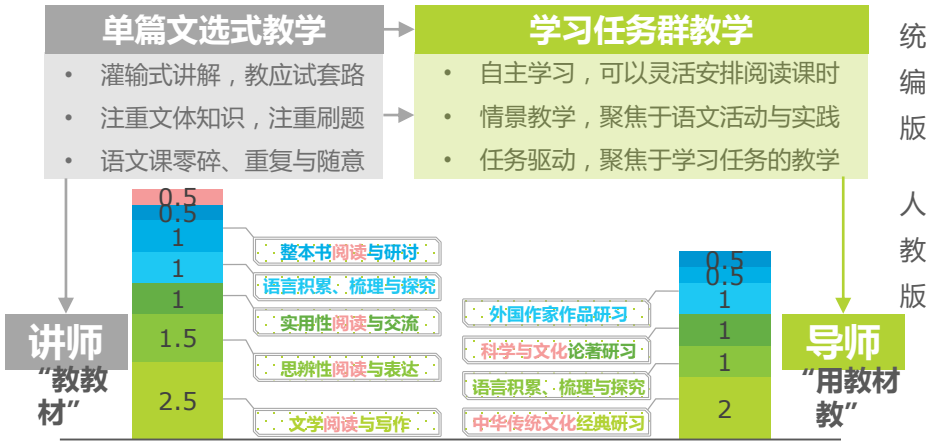
发展驱动力：课标修订

以学习任务群提升语文核心素养，强调传统文化与阅读教育

2017年年底，新版普通高中语文课程标准出台，这是自2003年实验版课标出台以来的一次大改，根据我国教育发展纲要的规划周期，预计新版课标将统领未来十年的高中语文教学方向。此外，在以“课程标准”替代“考试大纲”的新高考改革背景下，新版课标还将借助高考指挥棒的作用，进一步影响初中以及小学的语文教学方向。

从新版课标的具体内容上来看，语文核心素养明晰了学科定义，进一步提升了对教师学科素养的要求。学习任务群明确了教学内容，以任务驱动的情景化教学在提高教师教学灵活性的同时，也增加了教师课堂管理和教案设计的难度，教师的身份由“讲师”转变为“导师”。从基于新版课标编制的统编版教材的内容上来看，以古诗文为代表的中华优秀传统文化内容占比提升，学生自主学习环节的核心内容以课外整本书阅读为主，教材整体上对学生的阅读广度与阅读深度提出了更高的要求，基于阅读兴趣而发展的阅读理解能力成为语文学习的核心能力。

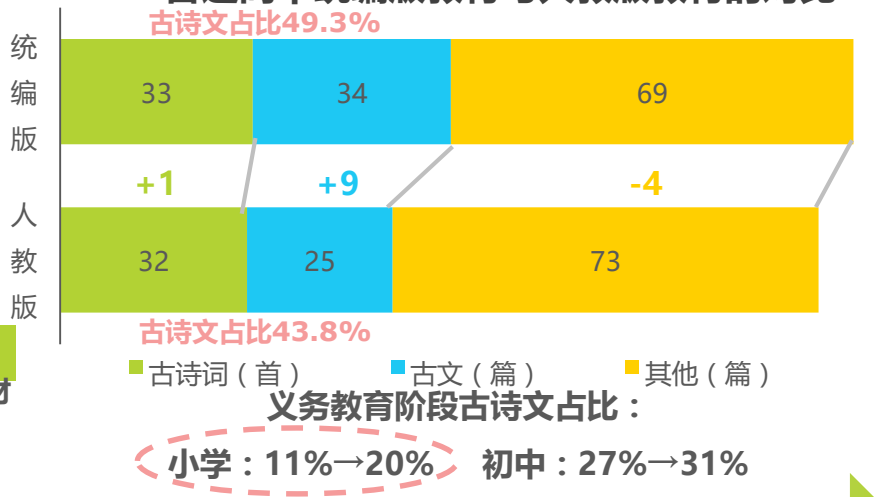
新旧教学方式的对比



对教师的语文学科素养与教学设计能力要求提高

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

普通高中统编版教材与人教版教材的对比



义务教育阶段古诗文占比：

小学：11%→20%　初中：27%→31%

对学生的语文学科素养与阅读理解能力要求提高

来源：艾瑞咨询研究院自主统计及核算。
注释：高中教材选修参考《中国古代诗词鉴赏》、《先秦诸子选读》、《中国现代诗歌散文欣赏》和《外国小说欣赏》的教材结构；义务阶段对比对象为人教版教材。

©2020.7 iResearch Inc.

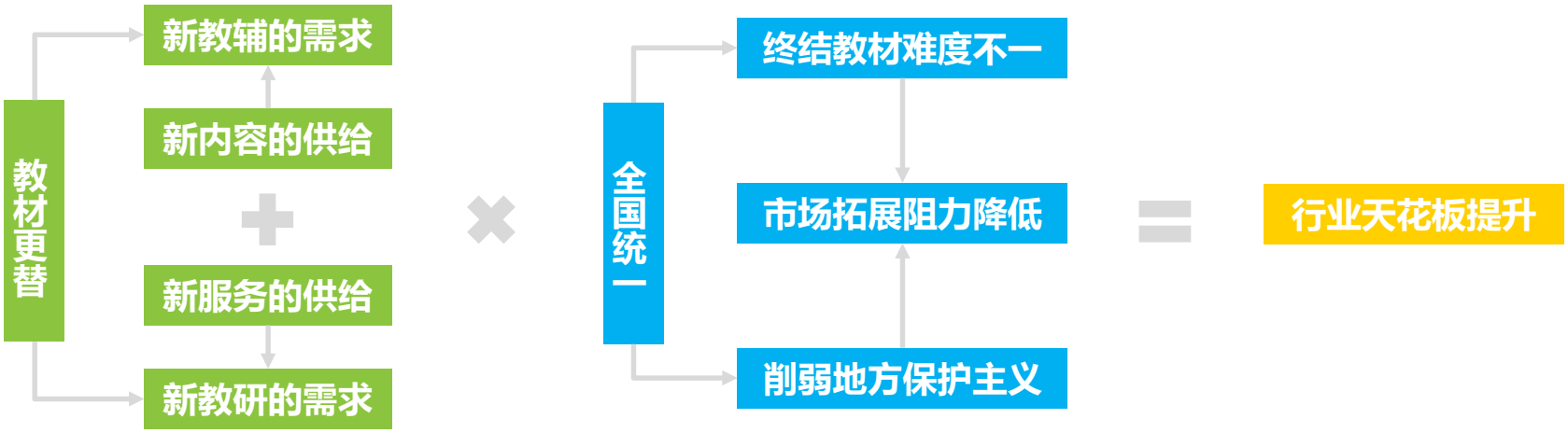
©2020.7 iResearch Inc.

发展驱动力：教材统一

从“一纲多本”到统编统审统用，语文教育行业天花板提升

21世纪伊始，我国鼓励各地方根据课程标准（实验版）和当地教育水平编制不同版本的教材，中小学语文教材迎来了“一纲多本”的时代（15个版本）。经过十几年的教育实践，自2011年对义务教育课程标准进行修订后，国家开始制定新教材。2017年，我国开始实施义务教育阶段中语文、历史、法制与道德三科教材的全国统一，已于2019年实现全面覆盖，并将于2022年实现普通高中阶段的语文教材全面统一。作为具备较强意识形态属性的语文学科，从学科性质与教学要求上来看，语文学科的学科地位仍处于三科之首。教材统一后，全国中小学生的语文教学内容与教学目标将实现统一，国家对中小学生语文教育的要求被拉到同一水平线上，教材难度不一的讨论将被终结。对于地方性的教育服务商而言，得益于地域间教材差异的消弭，地方教材保护主义被削弱，因缺失适配多教材版本的产品线而带来的市场拓展阻力不断降低，业务天花板将得到提升。与此同时，新老教材的更替往往意味着相应教辅资料与教研资源的更新，在“新”教材为市场带来新的需求的同时，校内外各类教育工作者的集体教研将为语文教育市场带来新的供给。

语文新教材统一的主要影响



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

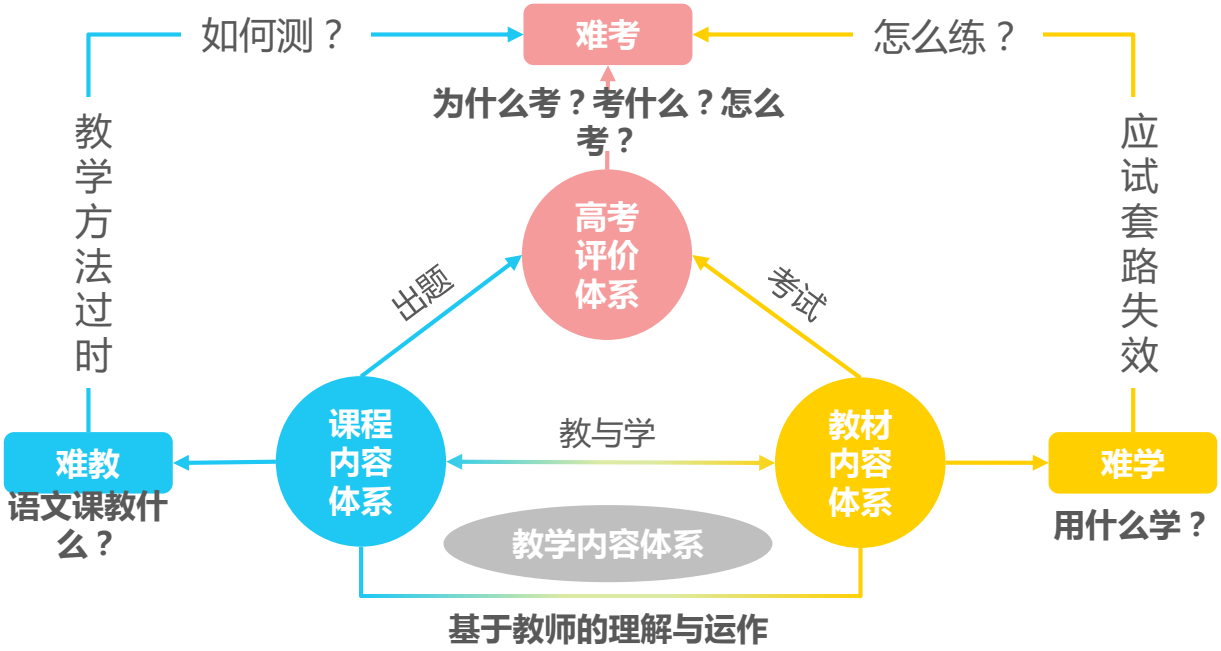
©2020.7 iResearch Inc.

行业价值

破解新高考与新课程背景下语文难考、难教、难学的困境

在下一个十年教改规划中，我国语文教育将进入改革深水区。从需求端来看，新的课程内容体系与教材内容体系大幅提升了教师教学与学生学习的难度，对双方语文知识、常识与学养的要求较高，这将导致教师的学习周期被拉长，学生的学习阶段被提前。一方面，教师亟待从繁重的教学任务中解放出来，通过阅读与研讨来提升自己的学科素养与专业能力，另一方面，学生需要尽早地培养阅读兴趣，养成阅读习惯，方可应对基于广泛阅读要求的语文考试。从供给端来看，相较于英语与奥数，校内语文教育理念与教学方法落后，校外语文教学产品的质量参差不齐，在新高考评价体系下，语文教育需求迅速释放，先进需求与落后供给之间的矛盾将迫使供给端进行自我革命，适配且优质的语文类产品与服务将填补市场空缺。

大语文行业的价值



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.7 iResearch Inc.

发展背景：新高考、新课标、新教材 1

发展现状：应运而生，方兴未艾 2

细分赛道：百舸争流，激流勇进 3

企业案例：推陈出新，任重道远 4

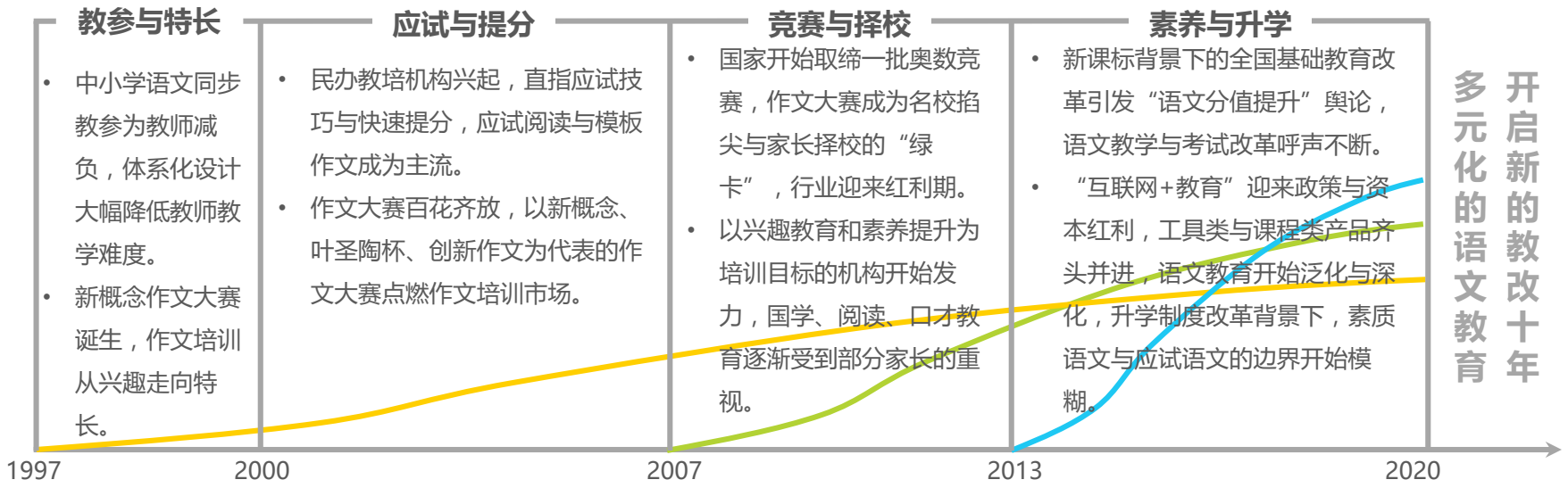
未来趋势：名师化、泛IP化、OMO化 5

发展历程

作文大赛驱动语文培训，语文教育步入多元化发展阶段

自改革开放以来，我国长期以经济建设为中心，在科教兴国与对外开放的战略背景下，国家急需培养科技型与国际化的人才，一系列高利害关系的考试纷纷向数学与英语倾斜，我国迎来了一轮又一轮的留学潮与奥赛热，英语与数学培训渗透了几乎全学龄段，在这样的经济政策与社会风向的影响下，语文培训长期不见起色。21世纪伊始，随着义务教育普及程度的不断加深，受教育群体数量激增，优质教育资源更加稀缺，社会竞争日趋激烈，在高考指挥棒下，应试提分与竞赛择校需求旺盛，应试阅读与竞赛作文成为语文培训市场为数不多的出口，校外语文培训市场开始活跃。2010年，伴随着教育发展纲要的出台，我国迎来新的教改十年，基础教育的改革基调指向文化素养，文化自信与公民教育成为时代课题，以国学教育和口才教育为代表的偏向于兴趣培养与素养提升的课外培训市场开始发力，但面对教育资源不均衡等“老大难”的问题，现阶段能够实现国家政策有效落地的手段依然是升学制度改革，因此，在校内课程修订、校外培训管制、中高考制度改革等一系列举措下，我国大语文行业迎来了新的发展契机。

中国大语文行业发展历程



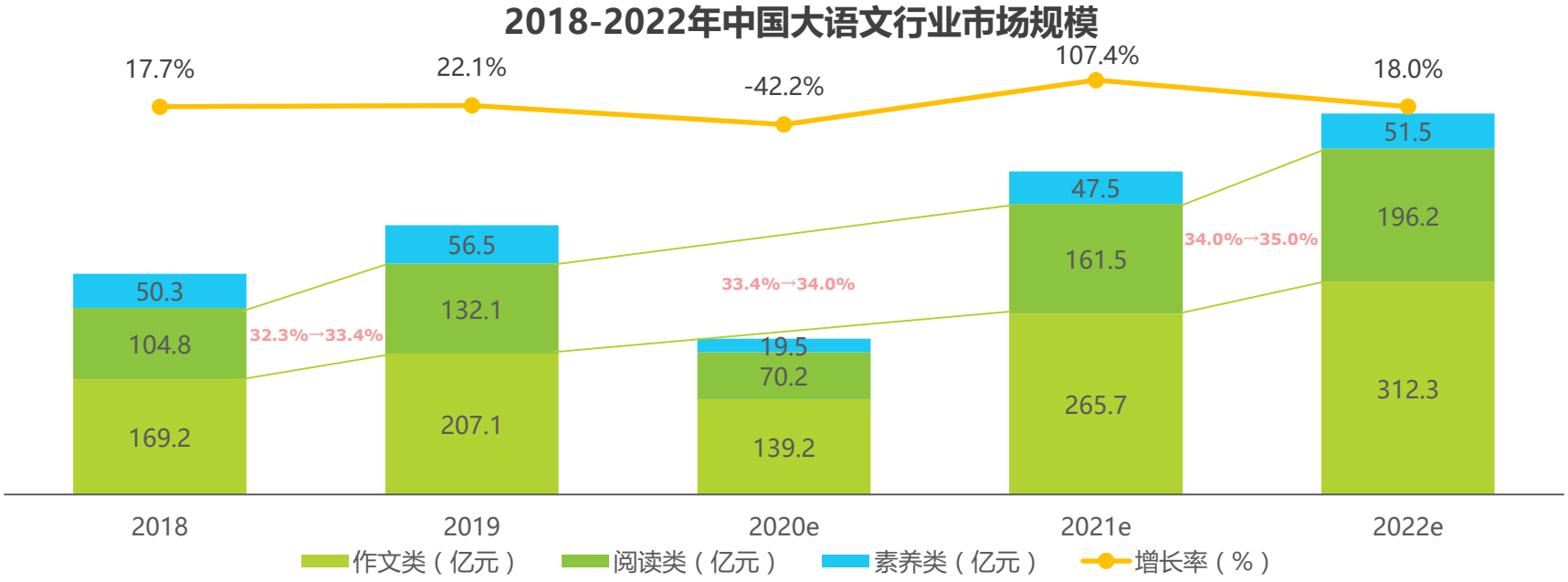
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.7 iResearch Inc.

市场规模

近400亿市场，作文仍是重中之重，阅读占比有望进一步提升

2019年，我国大语文行业市场规模达395.8亿元，同比增长22.1%，其中，作文类课程培训占比为52.3%，依旧是语文培训的主要模块。此外，阅读类课程培训占比达33.4%，未来有望进一步提升，主要基于以下两方面原因：1）在部编版教材的号召下，以古诗词和文言文为主题的阅读课程产品将逐渐向小学低年级以及幼小衔接学段渗透，该学段过往的商业模式主要为会员订阅制，客单价相对较高的课程类产品渗透率低。2）对于小学高年级及初中学段的学生而言，在语文学科素养提升的大背景下，原属于非刚性需求的语文通识类基础知识将迎来课程化与产品化的机会，在中高考指挥棒的指引下，高度集成与结构化的通识知识体系将得到市场的青睐。2020年，疫情对大语文行业中的各类细分赛道均有不同程度的影响，整体上而言，刚需类的作文产品抵抗风险的能力最强，非刚需类的国学产品抵抗风险的能力最弱，预计2020年整体市场规模将下滑至228.9亿元，同比下降42.2%。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.7 iResearch Inc.

产业链

中游高度分散，下游需求多元，优质师资与渠道议价能力强

行业处于初级阶段，产业链的主要价值环节集中在优质原生资源与区域渠道资源上，前者主要包括名师与名校的强力背书和原生品牌的存量客户，后者主要包括地方学情线索与政-企-校客户资源。分别来看，上游环节的优质师资与经典内容将长期稀缺，现阶段议价能力较强。在中游环节中，具备标准化师训和体系化课程的服务商较少，少数成立时间较长或以资本优势在短期内聚集了大量优质师资的供应商，具备一定的资源与服务输出能力，并以加盟模式进行全国性扩张，以直营模式进行区域性巩固，但尚未形成普遍意义上的全国性品牌，此外，少数社区属性较重的工具平台表现相对较好，正以微课服务与会员服务来缓解变现压力。下游需求逐渐多元与刚性，学校与培训机构成为产品与服务的重要出口与新型渠道。

2020年中国大语文行业产业链

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.7 iResearch Inc.

企业图谱

iResearch 艾瑞咨询

2020年中国大语文行业企业图谱

综合类

线上语文课程教学

云舒写 源自北大 陪你读写 | 诸葛学堂 ZHU GE XUE TANG | 子曰语文 专注语文辅导 | 荷小鱼大语文 | 杜甫语文

快成学堂 | 學源大語文 | 麻雀语文 | 小塔学院

线下语文课程教学

豆神大语文 | 龙之门大语文 YUWENCLUB.COM | 花开远方 BLOOMING FUTURE | 小桔灯 | 国思语文教育 | 新斯文 | 御夫子大语文

阳光心程 | 心田花开 | 圣亿作文学校 核心语文·精准写作 | 学悦教育 XUE YUE EDUCATION

语文资源平台与工具

最新教材 | 祖国加油 | 文霸

语文综合解决方案

裤兜语文 www.zuicool.cn | 學者有師 | 乐知語文 | 一起学语文 专业语文学习社区 | 阅神AI语文 | 方唐文学

阅读类

线上阅读课程教学

文升阅读 | 有道乐读 youdaoledu | 叫叫阅读学院 爱阅读·勤思考·会表达 | 阅读王

线下阅读课程教学

亲近母语 HUG CHINESE | 约读书房 PROMISING READING | 荷叶伞 LOTUS LEAF UMBRELLA

阅读综合解决方案

考拉阅读 | 一米语文 YIMIYUWEN | 攀登阅读 | 悦读家园网 因为悦读，所以精彩 | 阅伴教育 | 纷极阅读 FANCY READING

绘本故事

KAI SHU 凯叔讲故事 | 宝贝童话 | 咿咦看书 | KaDa故事 | 宝贝听听

古诗文

诗文典

作文类

线上作文课程教学

蜻蜓写作 | 曹 | 作文

线下作文课程教学

点拨 | 后望斋 | 爆破作文

写作素材平台

12KM | 作文

素养类

国学国文

博达学堂 在线少儿国学 | 秦汉胡同 | 暗道 | 童學館

认字写字

河小象 | 熊猫教写字 | 2 | 古

少儿口才

趣口才 qukoucai.com | 先语后文 XIANYUHOUWEN

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

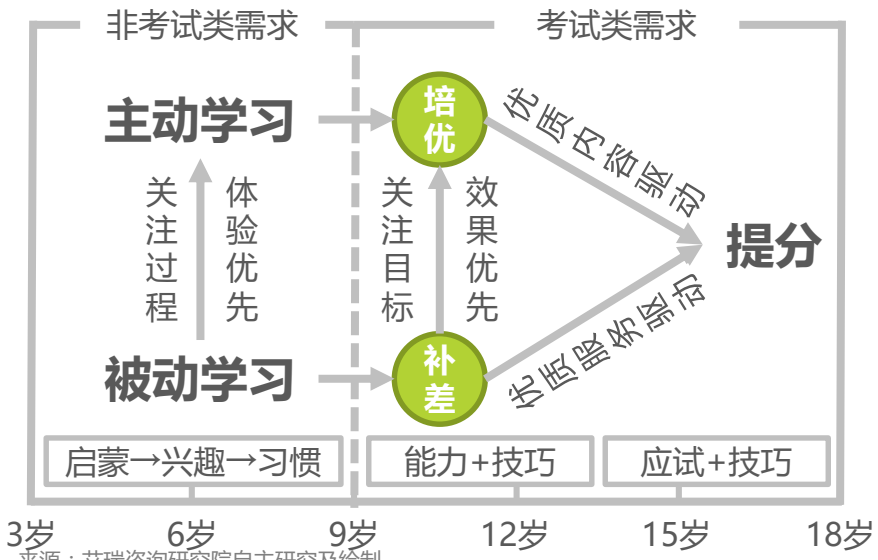
©2020.7 iResearch Inc.

商业模式

不同学段需求各异，产品定位决定商业模式的演化逻辑

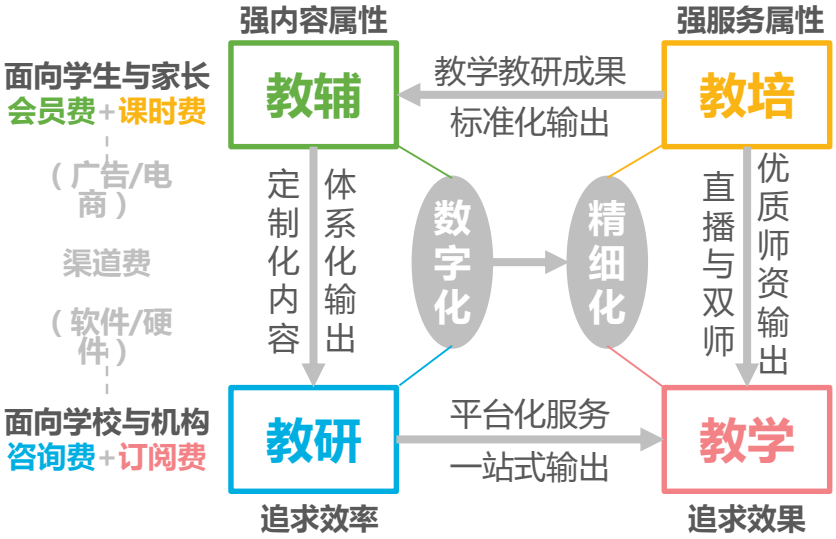
面向学生与家长的产品主要收取会员费与课时费，其中会员费的价值基础源自产品内差异化的内容，服从教辅产品的逻辑，课时费的价值基础源自体系化的课程服务，服从教培产品的逻辑。优质的内容与服务可形成一定的流量基础，进而获得一定的广告投放与电商导购的渠道价值。除此之外，面向学校与机构的产品主要收取咨询费与订阅费，其中咨询费的价值基础源自语文教学与管理的经验，交付物主要为针对性地教学设计、教学素材、实体产品以及一套完备的实施方案，订阅费的价值基础源自数字化与系统化的解决方案，交付物是一整套教学辅助系统与教学资源平台的使用权限。随着教研产品向教学产品的渗透，在定制化与本地化的咨询服务过程中，逐渐衍生出通过软硬一体化手段来提升教学效率与教学效果的方案，这使得语文产品厂商在软硬件集成过程中将产生一定的渠道价值。从不同学段/年龄段的需求角度来看，四类产品均有覆盖。整体上而言，对于非考试类需求，语文教育需求经历思维启蒙、兴趣培养和习惯养成三个阶段，本质上是实现从被动学习向主动学习的转变。对于考试类需求，升学压力促使提分需求前置，由技巧训练内化为应试能力的主旋律不变。

不同学段/年龄段下大语文产品的需求特点



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

大语文产品定位与拓展方向



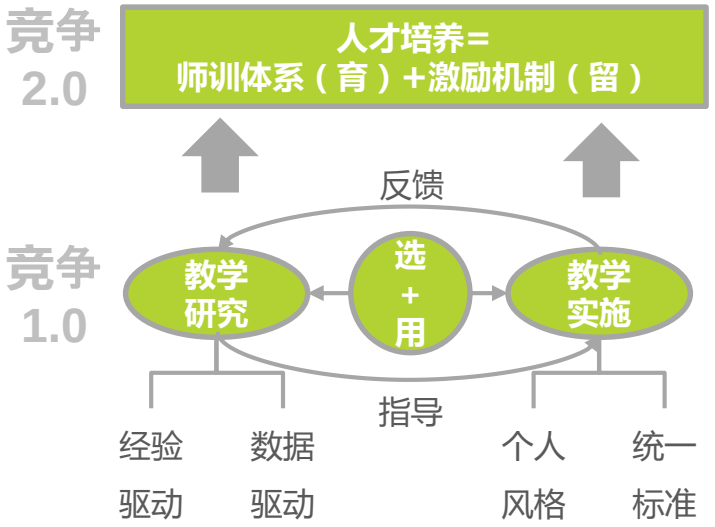
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

竞争分析

名师模式卡位，资本、口碑、体系与品牌驱动增量市场

市场上的主要玩家大致可划分为K12综合类供应商和大语文垂直类供应商，按照成立时间与发展阶段又可以进一步分为传统供应商与新兴供应商。具体来看，对于产品线较为齐全的K12综合类供应商而言，在资本的驱动下，无论是通过自研还是并购的方式，也无论是出于战略性防御还是战略性进攻的目的，其“大语文”产品的推出，本质上是对语文产品线的一次升级或扩充，以提升用户的综合客单价。在需求逐渐释放的语文增量市场当中，原始品牌所积累的影响力在短期内能够降低增量用户的获取成本。对于大语文垂直类供应商而言，互联网属性较重的工具类企业往往选择流量型打法，其核心优势在于原生流量的积累，渠道价值显著。教育属性较重的课程类企业往往厚积而薄发，依托于已成体系的教研成果与丰富的教学实践经验，基于不同教学理念的大语文产品百花齐放，但无论是面向学生与家长还是面向学校与机构，现阶段仍处于基于名师挖掘模式的师资竞争1.0阶段，即通过招募并包装名师的方式，强化信任背书，降低招生与获客成本。随着名师引流效应的衰减，存量名师的议价能力相对下降，依托于机构自身的名师培养能力将成为师资竞争2.0阶段的关键。

师资竞争的两个阶段



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

四类市场玩家的核心竞争优势

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

发展背景：新高考、新课标、新教材 1

发展现状：应运而生，方兴未艾 2

细分赛道：百舸争流，激流勇进 3

企业案例：推陈出新，任重道远 4

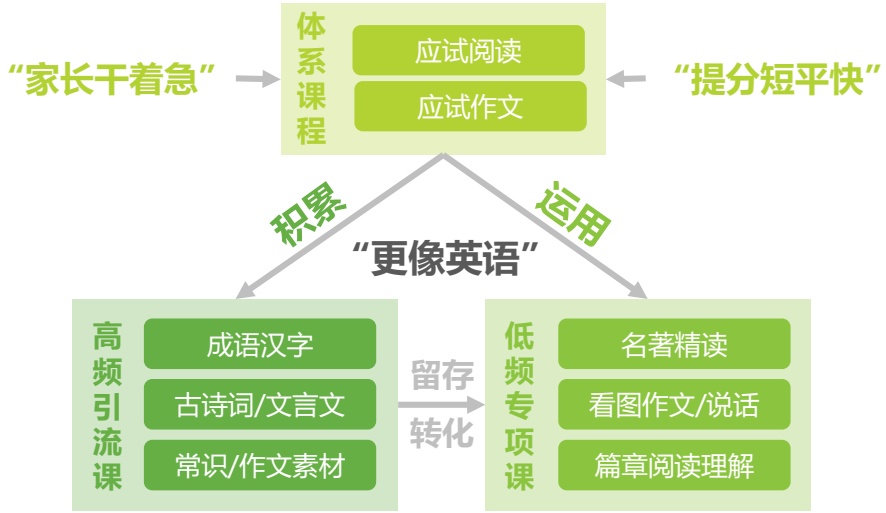
未来趋势：名师化、泛IP化、OMO化 5

综合类：ToC视角

应试班课最先受益，资本助力下名师大班模式有望弯道超车

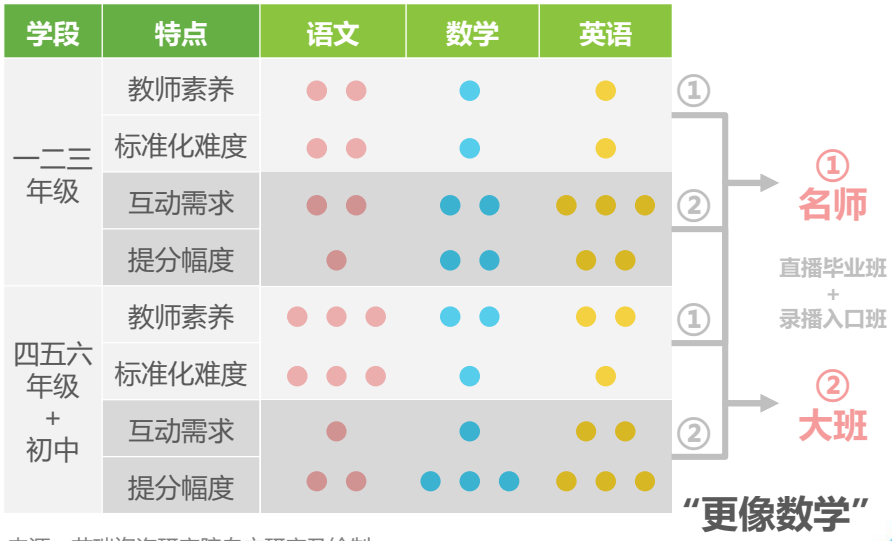
在新的语文教育教学规则体系之下，全国各地的名师们将各自在教研与教学上的长期积累迅速产品化，掀开了一次全国范围内的集体教研。在资本的助力下，培训机构的语文业务产品线开始丰富起来，课程的试错与迭代速度加快，前期磨课的时间进一步缩短，通过在线直播/录播的方式，将各自的教研教学成果以最便捷的方式迅速扩散出去，争夺第一波政策风口下的用户红利。从产品包装思路来看，因语文教学效果交付感弱（量化难，见效慢），叠加技能提升与应试提分类的大语文课程开发程度相对较高，以应试阅读与应试作文为切入点的应试类班课成最先受益的产品类型，随着用户规模的提升，后续产品线的扩充方向主要为将体系化课程做模块化拆解，再进一步分为高频引流课程（重积累，每日一期，例如成语、古诗词、文言文、基础常识）与低频专项课程（重运用，每周多次，例如名著精读、看图作文、阅读理解），在课程模块的拆解上更贴近于英语的教学逻辑。从学科授课特色上来看，不同学段的语文课在教师素养、标准化难度、互动需求和提分幅度上各有不同，通过三门学科的对比，艾瑞认为，大语文的授课模式与班型设置上将更贴近数学类产品的设计逻辑。

综合类课程的主要模块



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

义务教育阶段语文、数学、英语授课特色对比



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.7 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

综合类：ToB/G视角

为下沉市场的机构扩科增收，为公立学校的教师减负提效

对于下沉市场的培训机构而言，K12学科培训长期以数学与英语为主，语文产品线开发程度较低。随着语文改革浪潮下语文培训意识的增强，机构急需升级语文类学科产品以应对不断释放的培训需求，但受制于语文学科的特殊性，相较于数学与英语而言，其教研难度大，产品开发周期长，授课教师门槛高，机构在短期难以上线适配的产品，因此，已经在一二线城市发展较为成熟的语文类产品迎来了下沉契机，通过双师直播与内容/品牌加盟的模式对机构进行赋能，助力机构扩科增收。对于公立学校而言，新课标对教师自身的素养提出了更高的要求，教师备授课压力增大，面向教师研修与学生教学的教研任务艰巨。此外，针对重视产品与服务交付效果的公立校场景，面向语文教师的智能备授课系统与面向学生的线上测评系统实现了教研成果与教学结果可视化，一定程度上解决了语文教学“量化难”的问题，也降低了语文教师的教学负担。

下沉市场与公立学校对综合类大语文产品的核心需求

来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

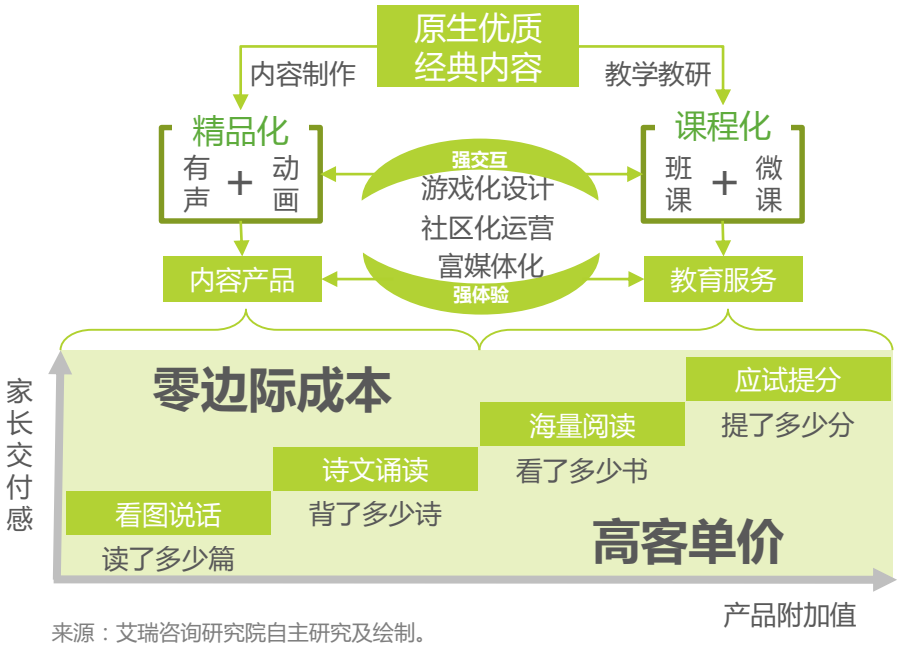
©2020.7 iResearch Inc.

阅读类：ToC视角

营造压力场与沉浸感，刺激功利心，名著与古诗文成突破口

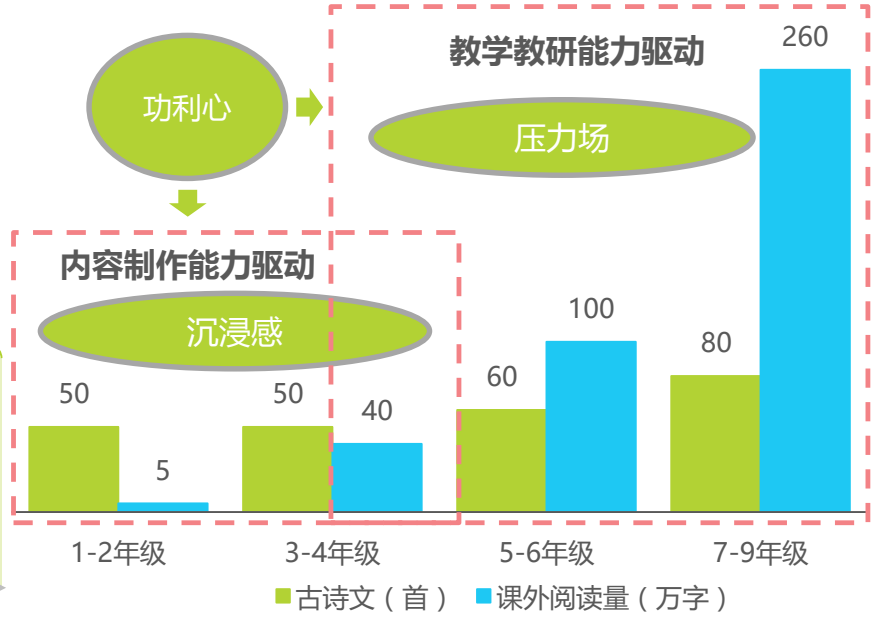
在分级阅读体系与新版课程标准的指引下，对原生优质经典内容的开发方向可分为精品化方向与课程化方向，前者主要面向学龄前与小学中低学段的学生，将原生的绘本与拼音辅读文本进行有声化与动画化，后者主要面向小学中高年级和初中学段的学生，通过班课与微课的方式，满足学生阅读理解提分与课外整本书阅读的需求。为进一步提升用户生命周期价值，精品化内容产品开始向小学中高年龄段推进，名著解读与古诗文赏析成为其突破口，这同时也是众多初创企业的突围机会。课程化教育服务类产品正不断丰富产品线，“线下整本书阅读+线上教学与测评”的模式成为主流，通过面向学生的社区化运营与游戏化设计为学生营造压力场和沉浸感，以及通过面向家长的社群化运营（分享打卡）刺激家长的功利心，来保障阅读任务的完读率和提分的效果。

阅读类产品的定位分类与交付属性



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

义务教育各学段需背诵的古诗文和课外阅读字数总量



来源：《义务教育语文课程标准（2011）》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

阅读类：ToB/G视角

功能同质化，强监管下变现渠道收窄，体系化课程成胜负手

自2018年以来，互联网+教育领域的监管措施层出不穷，监管力度逐渐加大，中小学进校APP成为重点关注对象。2019年8月，《关于引导规范教育移动互联网应用有序健康发展的意见》出台，在此之前，阅读类APP的变现逻辑具有鲜明的互联网特色，即先以免费/低价的模式进校沉淀流量，随后（在APP内）以商业广告、电商、游戏实现C端变现。文件出台后，C端的互联网变现逻辑基本阻断。在阅读系统功能同质化的情况下，产品议价能力愈发薄弱，校方从免费试用转付费合作的动力不足，即使在付费客户中，学校的小额预算支出（3-5万/年）也难以填补系统前期高昂的研发投入与后期持续的运营支出。从ToG角度来看，以校本化课程为依托的书香校园建设成为重要突破口，但若企业尚不具备校企间的科研合作基础、教研输出实力与资源置换能力，则以学校为主要客户的产品的客单价与LTV提升难度较大，重客户关系维护与系统运营维护的商业模式也非互联网教育公司的首选。因此，无论是直接服务学生还是通过赋能培训机构间接服务学生，基于体系化课程的教育变现逻辑将成为盘活前期沉淀流量的主要手段。

ToB/G阅读类产品商业模式的纵深变换逻辑

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

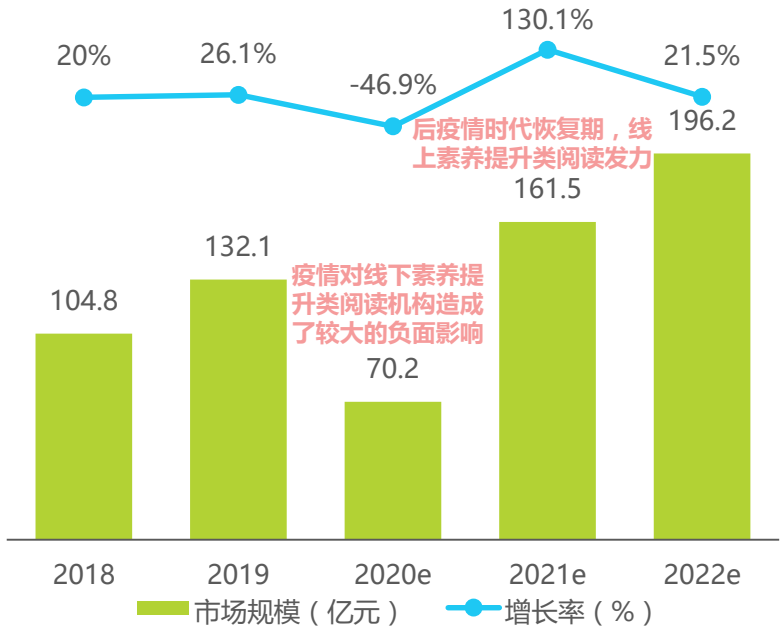
©2020.7 iResearch Inc.

阅读类：市场规模与结构

阅读需求分化，素养提升类阅读市场空间广阔

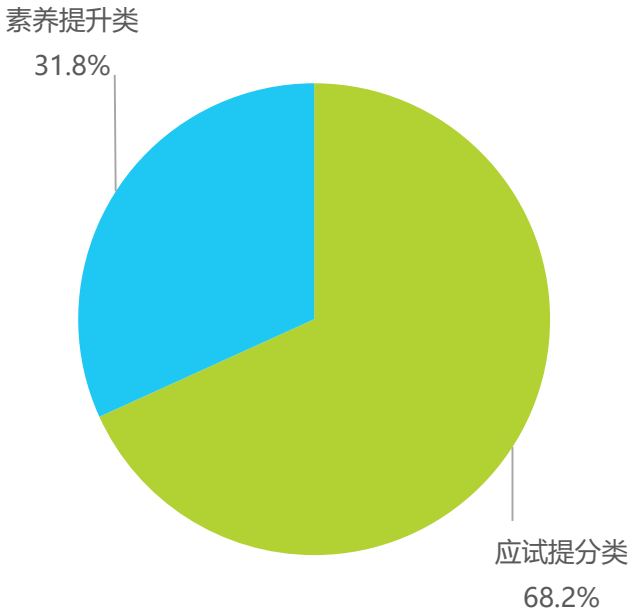
2019年，中国阅读培训市场规模达132.1亿元，同比增长26.1%，其中应试提分类培训占比近七成，仍为市场上主要的阅读类产品。自2015年以来，以名著导读/精读为主要授课内容，紧贴“整本书阅读”课标要求的兴趣拓展类阅读培训需求增长迅速，并于2017年开始出现线上化的课程类产品，向一二线城市的高知家庭不断渗透，逐渐覆盖小学和初中的各个学段。相对于线下机构高昂的客单价而言，线上产品更有利于下沉至低线城市，随着阅读教育理念的不断推广，未来素养提升类阅读的市场空间广阔。2020年，受疫情影响，线下素养提升类与应试提分类阅读产品在线上化的过程遭受了不同程度的课程退费（无法确认现金流）以及课程断消（无法确认收入），预计全年市场规模将下滑至70.2亿元，同比下降46.9%。

2018-2022年中国阅读培训市场规模



注释：不包括To公立校的书香校园解决方案相关收入
来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2019年中国阅读培训市场结构



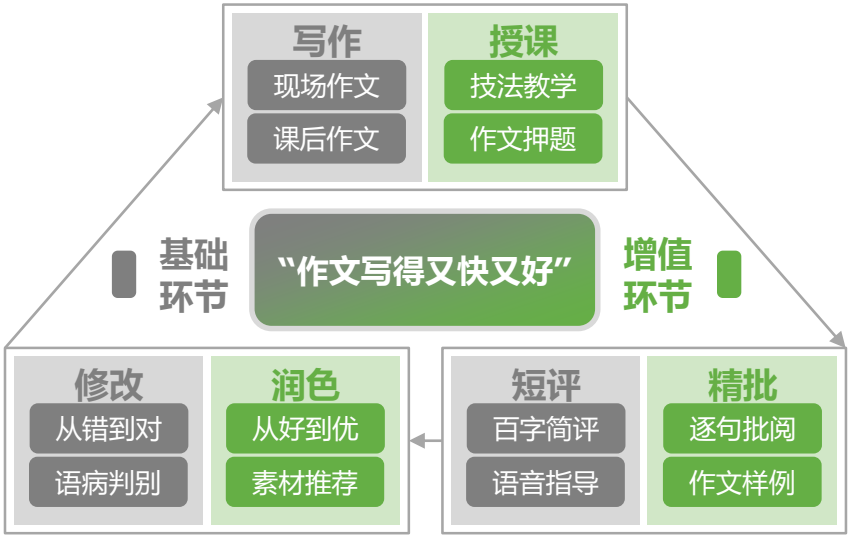
注释：素养提升类阅读泛指以名著导读/精读为主的兴趣类阅读。
来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

作文类

技法开发成熟，以名师产品线上化与个体服务精准化突围

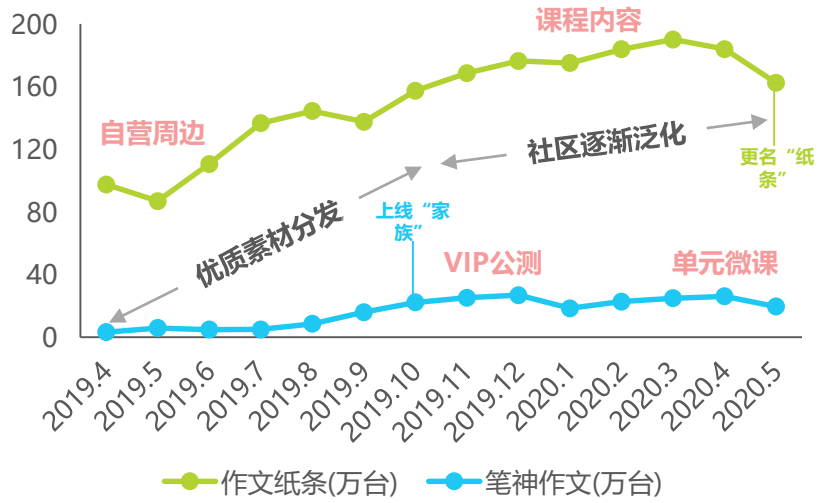
作文一直以来都是语文考试的重难点内容，与其他模块相比，作文产品的开发最早、最透、最完整。从写作技法的角度来看，无论是应试作文还是竞赛作文，行业内的作文课程体系都已较为完善。同时，写作本身就是一件相对特色化与个性化的行为，因此市面上各家名师往往自成一体，将各自的教学理念与流派融入自研教材，形成了百花齐放的作文培训业态。虽然在本次语文教育与考试改革中，作文并非改革重点，但一石激起千层浪，作文作为学科核心素养的主要呈现方式与重点考核内容，在产品与服务上同样迎来了新的发展方向与创业机会。从课程类产品来看，传统线下作文培训机构区域化特征明显，线上化成为名师们进行宣传推广与拓课增收的必要环节，从营销获客到教学培训再到课后服务都有不同程度的线上化拆解。从工具类产品来看，获取精准而优质的写作素材是写作场景中的高频需求，个性化的素材聚类与分发成为工具类作文产品的引流功能。由于作文具备较好的可展示性并承载了较强的个人价值观，“以文会友”的社区化运营成为作文工具类产品提升用户留存与提高UGC内容沉淀的主要手段，从内容分发到社区泛化，工具类产品正挖掘其第二增长曲线。

课程类作文产品核心教学环节的拆解



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

近一年主要工具类作文产品的月独立设备数



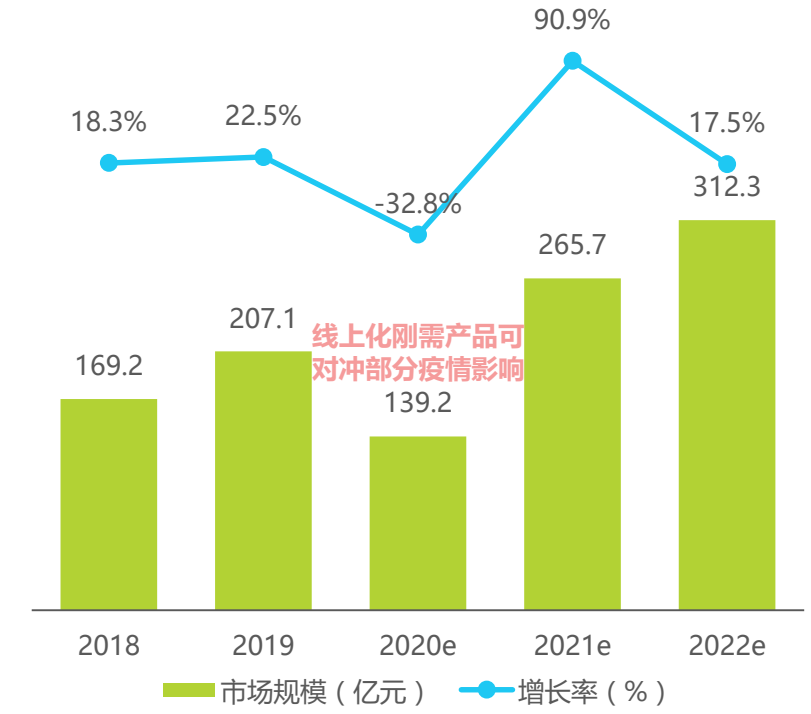
注释：月独立设备数部分反映月活跃用户数
来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

作文类：市场规模与结构

传统语文培训主战场，地区及城乡差异较大

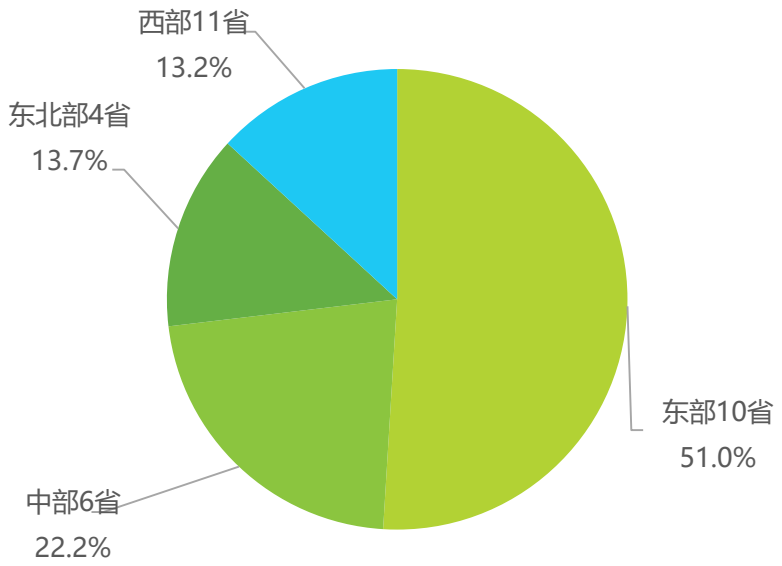
2019年，我国作文培训行业的市场规模达207.1亿元，同比增长22.5%，受疫情影响，大量线下作文培训产品被迫转战线上，因竞争环境的变化，行业整体平均客单价下降。由于作文培训产品刚需性较强，整体参培意愿变化较小，主流用户群体在作文培训市场内部流转（从机构A到机构B），预计2020年达到139.2亿元，同比下降32.8%。从地区来看，我国不同地区、不同城镇以及城乡之间在作文培训上的生均支出差距较大，分四大经济区域来看，东部10省占据一半以上的市场，而东北部4省的平均参培率最高，西部11省的平均参培率最低。

2018-2022年中国作文培训市场规模



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2019年中国作文培训市场区域结构



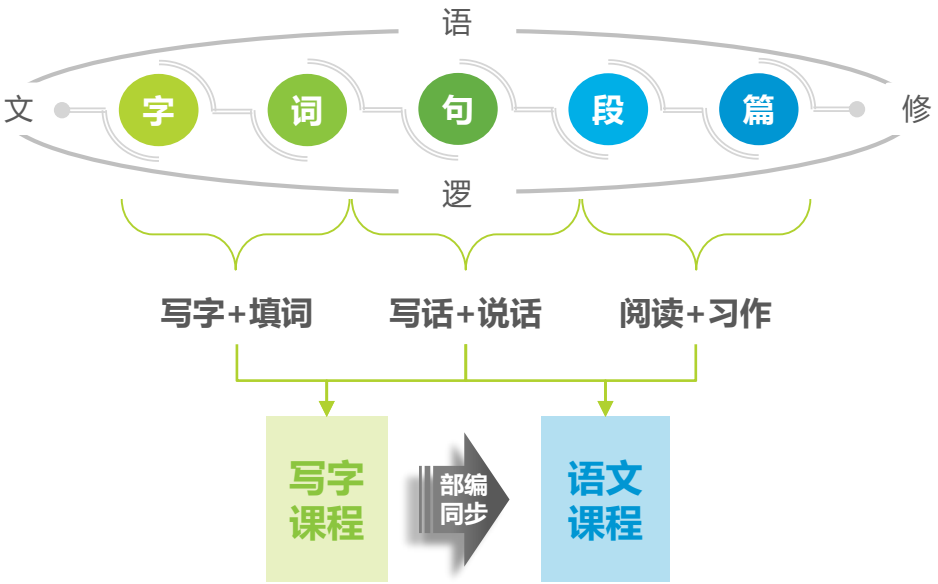
注释：东部为北京、天津、河北、山东、江苏、上海、浙江、福建、广东、海南；东北部为黑龙江、吉林、辽宁、内蒙古；中部为山西、河南、湖北、湖南、江西、安徽；西部为重庆、四川、广西、贵州、云南、陕西、甘肃、宁夏、新疆、青海、西藏。
来源：《中国教育财政家庭调查报告（2019）》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

素养类：认字写字

认字为刚需，写字为痛点，向写话与习作渗透

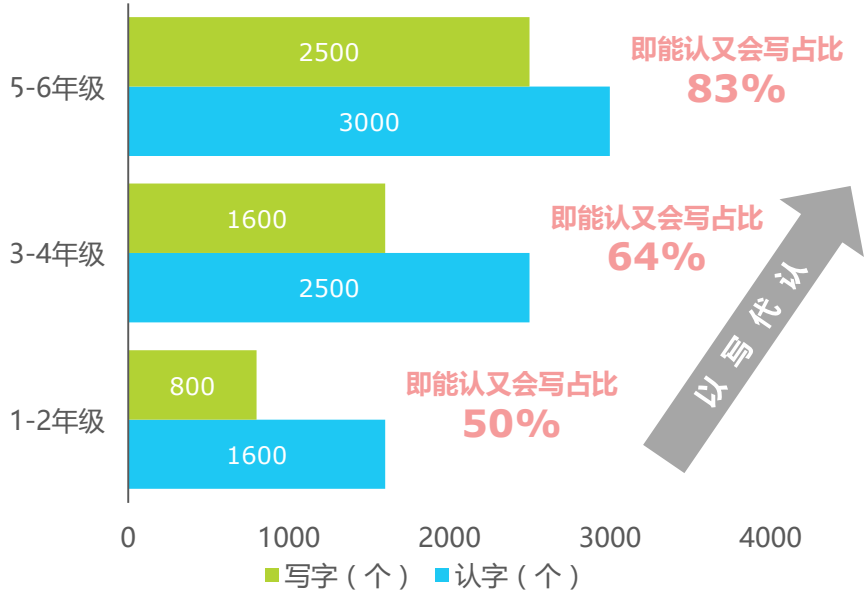
认字主要包括辨识“字音”与“字形”两个方面，在幼儿园教师与家长的指导下，学生获取辨识“字音”的拼读能力相对容易，而辨识“字形”的识字能力往往依赖于带有少量文字和拼音的绘本阅读，正如前文所述，这部分需求主要通过提供精品化优质内容的产品来满足，且游戏化与互动化的绘本内容的可操作性也较强，便于家长自己“教”孩子“认字”。对于写字而言，一方面，新一代家长在自身写字训练不足的情况下，往往难以对孩子的写字任务进行规范的指导（属于书法范畴），而且写字的练习过程（练字）相对枯燥，需要科学的产品化课程来激发学生的学习兴趣。另一方面，“写字”相对“认字”而言更具备可展示性，家长交付感更强，以“写”代“认”也进一步激发了写字类课程的需求。作为低龄学段为数不多的课程类与入口级产品，写字课程后续可向填词、写话与习作渗透，围绕部编版教材对认字与写字的要求，以同步课的方式，从字、词向句、段、篇发展。

书法写字课程向大语文课程的演进



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

我国小学各学段会认字量与会写字量



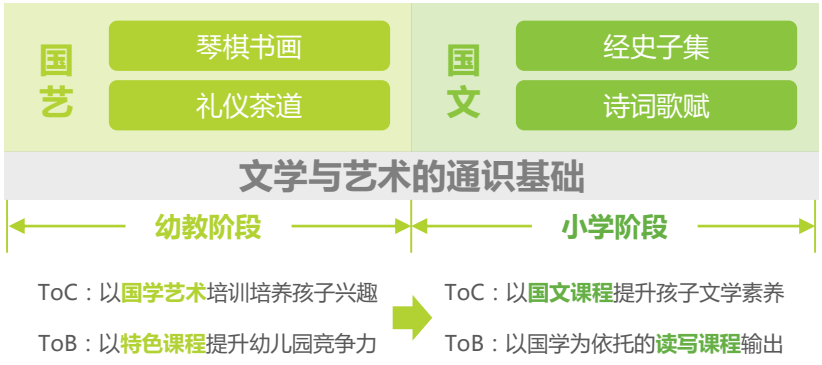
来源：《义务教育语文课程标准（2011）》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

素养类：国学与口才

国文课程助国学机构拓学段，少儿口才借朗读背诵乘东风

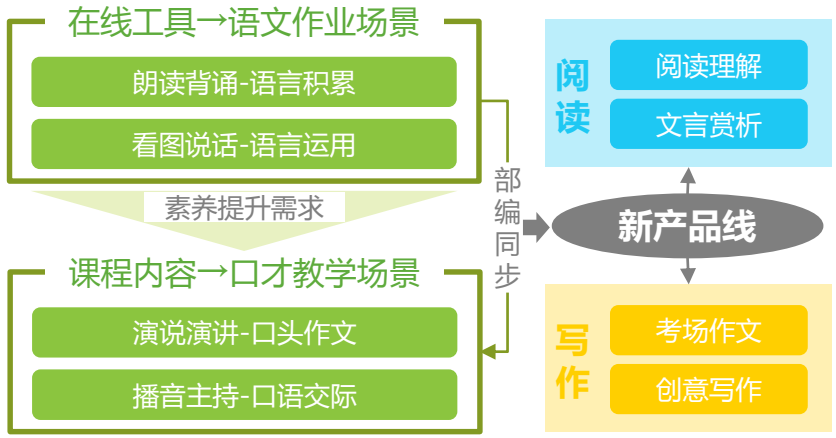
在传统国学培训领域当中，学员往往以幼少儿为主（3-8岁），并因培训效果外化程度的不同，课程多重“国艺”而轻“国文”，强调琴棋书画与礼仪茶道等传统技艺，对诗词歌赋与经典诵读等传统文学的培训热情不高。大语文课改之后，为响应部编版教材“提升传统文化授课内容权重”的号召，少儿国学培训机构大力发展国文课程，以线上微课+课程加盟的形式分别向C端与B端渗透。得益于早期在师资、教研与产品上的积累，以及线下门店与销售渠道的拓展，国文课程品牌的迭代与推广速度相较于其他素养类大语文产品而言更快，小学高学段学员占比得到进一步提升。此外，对于传统口才教育而言，因当众演讲与人际沟通能力在职场的实用性较强，学员往往以成人为主，未成年人的口才培训主要集中在艺考培训领域，随着素养提升需求被不断激发，少儿口才成为蓝海。但从语文高考指挥棒来看，口语交际能力并非考核重点，考点仅侧重于体会与辨析口语与书面语的风格差异，属于阅读能力的考核范畴。因此，艾瑞认为，少儿口才课程与大语文课程应当属于两条不同的产品线，以语文教学内容作为口才培训的基础物料将难以从根本上满足用户的语文培训需求。借助课文朗读与古诗文背诵的作业场景，乘大语文之风而备受关注的口才教育机构仍需夯实语文教研基础，结合前文所述的各个细分赛道的特点与机会，挖掘存量口才培训用户的增量语文培训需求，进一步提升客单价。

少儿国学机构的大语文拓展路径



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

少儿口才机构的大语文拓展路径



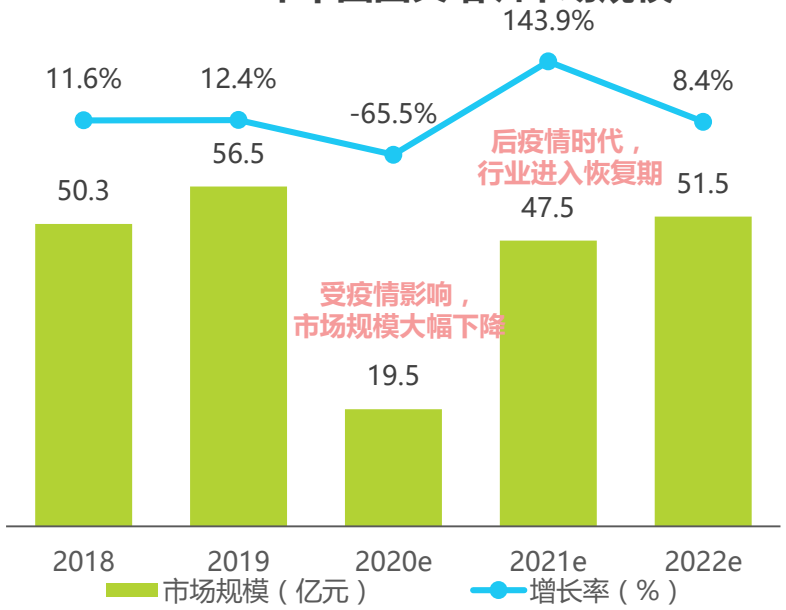
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

素养类：市场规模与结构

疫情负面影响较大，新一线城市国文培训市场占比超过一半

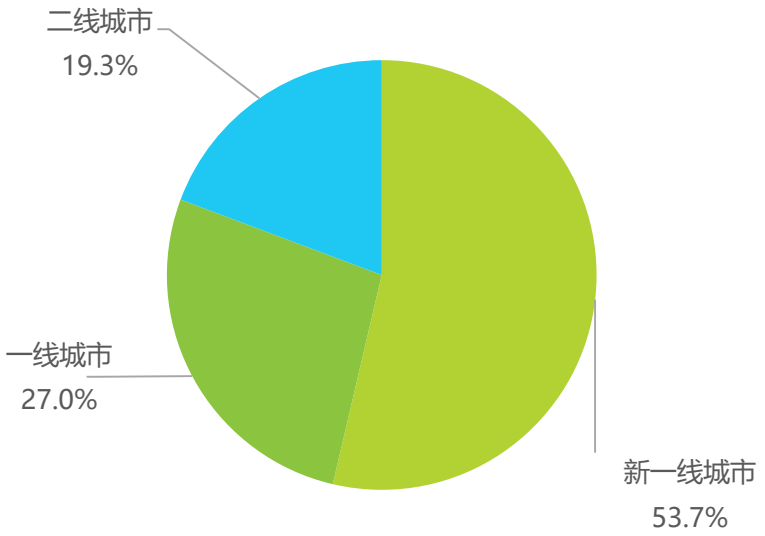
面向K12的国文培训业务在国学培训机构的营收中占比相对较小，且主要的消费群体集中在一二线城市当中，在一线城市泛学科类国文培训课程（即综合类机构开设的语文基础知识与人文通识课程）的竞争压力下，国文培训市场的参培率基数及其增长相对有限，2019年整体市场规模为56.5亿元，同比增长12.4%。如前文所述，未来的增长突破点在于开发以国学为依托的读写课程，新设“语文” 类品牌，向B端与C端进行推广，积极布局小学高年级用户群。从市场结构上来看，在“一线城市做直营，新一线做品牌加盟，二线及以下城市做内容/课程加盟” 的主流发展策略下，新一线城市的市场规模占整体市场的一半以上。疫情背景下，非刚需的国文培训市场受到较大负面影响，对于以加盟业务为主要创收手段的国学机构而言，B端业务遭到重创。基于此，预计2020年国文培训市场整体规模仅为19.5亿元，同比下降65.5%。

2018-2022年中国国文培训市场规模



注释 ：仅包含国学培训机构提供的国文培训课程收入规模，不包括国艺课程培训收入。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2019年中国国文培训市场区域结构



注释：参考第一财经的划分口径；国文课程偏向素养提升，仅参考一二线城市的情况。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

发展背景：新高考、新课标、新教材 1

发展现状：应运而生，方兴未艾 2

细分赛道：百舸争流，激流勇进 3

企业案例：推陈出新，任重道远 4

未来趋势：名师化、泛IP化、OMO化 5

有道乐读

汇聚名家IP，独创少儿阅读阶段与爬梯书库的移动图书馆

网易有道自提出“All in K12”战略之后，积极布局不同学段的各类学科产品，逐渐形成了以技术与流量优势为依托，以自研教学内容为核心的产品矩阵体系。其中，有道乐读是网易有道在大语文赛道的主要触手，其主张以科学的方式培养低龄段学生终生阅读的习惯。2018年7月，定位于少儿移动图书馆的有道乐读正式上线，基于作家、名师、资深编辑为孩子精选的精品好书，打造了完整科学的少儿阅读阶段和爬梯书库，搭建了由有声书、知识专栏、主题电子书及有声绘本构成的少儿数字阅读资源平台。目前，有道乐读已与浙江少年儿童出版社、蒲蒲兰绘本馆、上海译文、奇想国、接力出版社、清华大学出版社等超过100家童书出版机构签约合作，全面引进宫西达也绘本系列、郑渊洁童话系列、美国国家地理科普绘本、胡小闹日记系列等热门IP的正版授权。 从商业模式上来看，有道乐读以会员订阅制的方式推动数字资源的全面畅读，CP可享有较高的分成比例，双方良好的合作关系也进一步夯实了平台的资源基础。

有道乐读数字内容的分类及特色

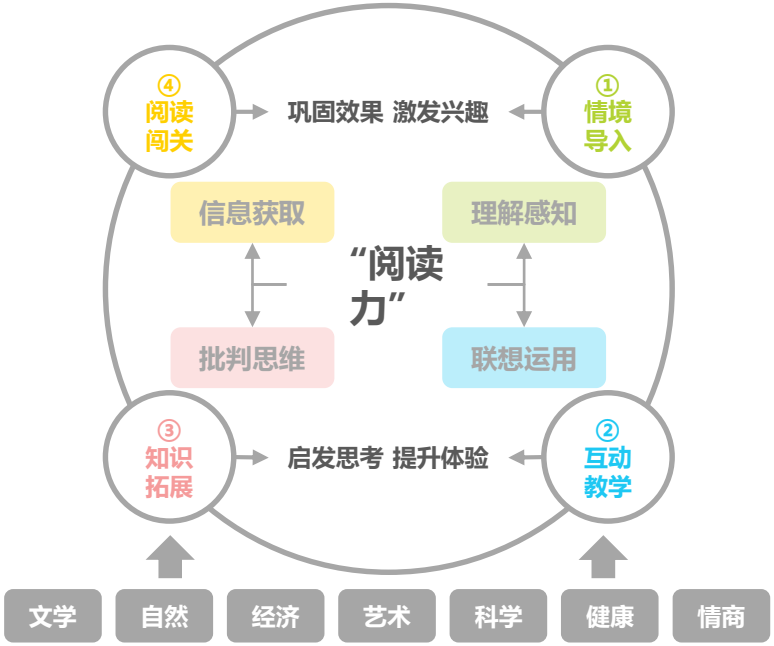
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.7 iResearch Inc.

搭建培养体系，提供覆盖3-9岁少儿阅读与写作的在线课程

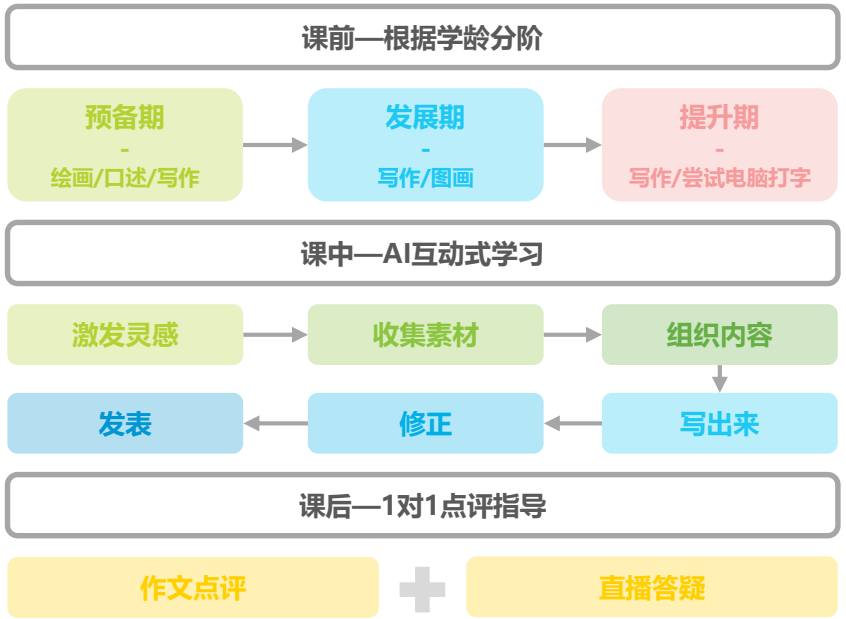
基于少儿分级阅读的教研成果，有道乐读开发了阶梯式的阅读力培养体系，并于2019年8月发布阅读力课程。阅读课程依托于多领域的阅读文本材料，以“情境导入→互动教学→知识拓展→阅读闯关”为核心教学环节，从学生的生活与兴趣出发，为学生提供沉浸式的学习体验，培养学生信息获取、理解感知、批判思维和联想运用的阅读核心能力。目前，有道乐读的阅读课程已有数十万的付费用户，整体营收已达亿元级别。2020年2月，有道乐读写作课上线，课程紧贴部编版教材对习作的要求，为小学低年级学生打造了一套完整的分阶写作体系，并在产品中增添了AI互动的元素，进一步提升了课程的趣味性，有助于保持学生高效的在线学习状态。

有道乐读阅读课程的主要特色



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

有道乐读写作课程的主要特色



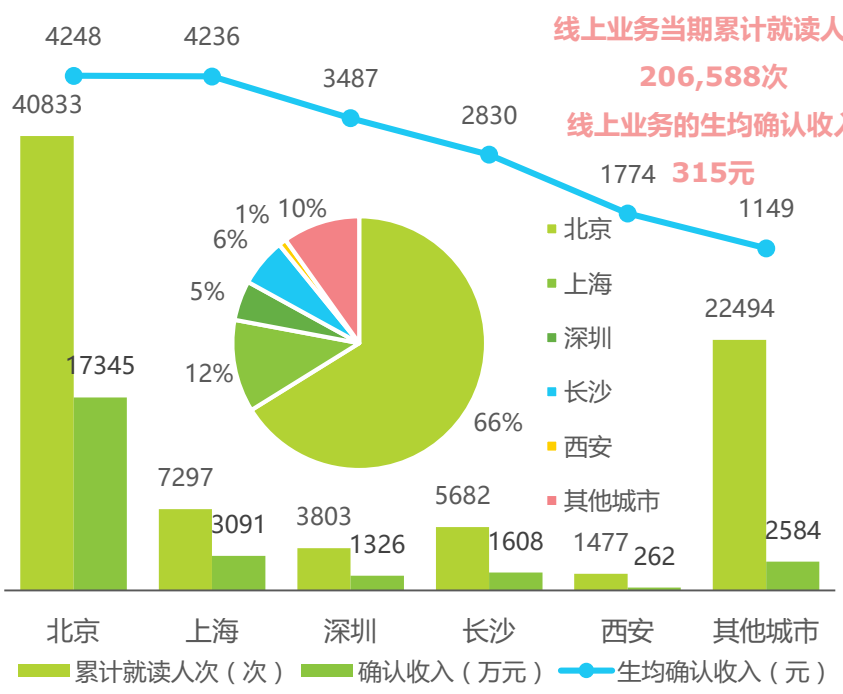
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

豆神教育

深耕大语文教育多年，品牌与资本加持之下争做行业领跑者

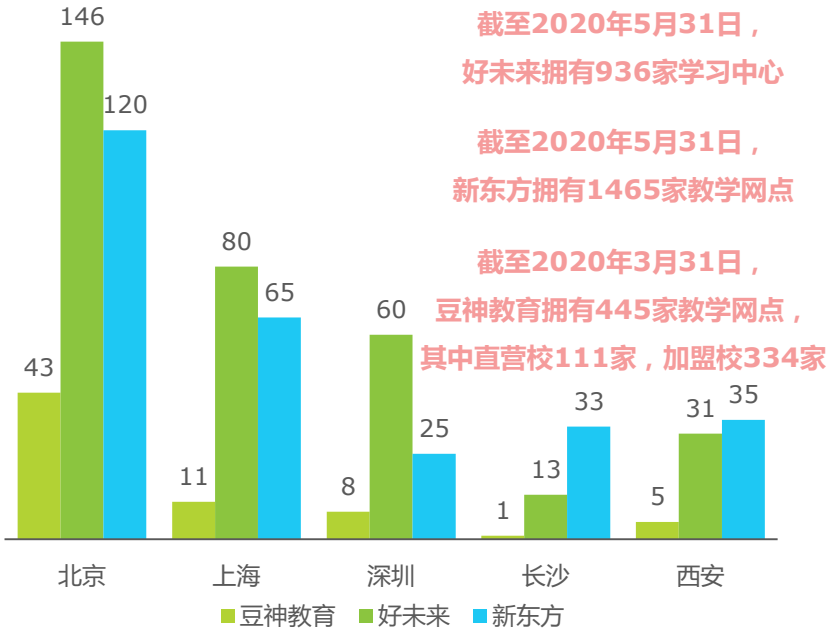
豆神教育是A股上市公司立思辰旗下的大语文教育品牌，分别于2018年和2019年实现营业收入1.8亿元和4.48亿元，同比增长142.9%，线下直营业务贡献主要增量。公司通过“1家直营店+3家加盟店”的模式实现快速扩张，通过直营店联动加盟店的方式，为加盟店提供本地化的经营管理解决方案。从地区分部来看，2019年北京地区贡献了66%的收入，超过八成的收入都来自北上深等一线城市，与好未来和新东方在一线城市的教学网点数量相比，仍有较大提升空间。此外，以新一线与二线城市为主的其他城市的直营校区创收不高，下沉市场的区域品牌仍具备较强的竞争力。

2019年直营校区就读人次及确认收入



来源：公司年报，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

核心城市教学网点数量对比



注释：好未来能够提供教学授课场所的还有部分服务中心，这里仅统计学习中心的数量；好未来城市网点数量截至2019.02.28，新东方城市教学网点数量截至2019.05.31，豆神教育城市教学网点数量截至2019.12.31。

来源：公司年报，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.7 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

发展背景：新高考、新课标、新教材 1

发展现状：应运而生，方兴未艾 2

细分赛道：百舸争流，激流勇进 3

企业案例：推陈出新，任重道远 4

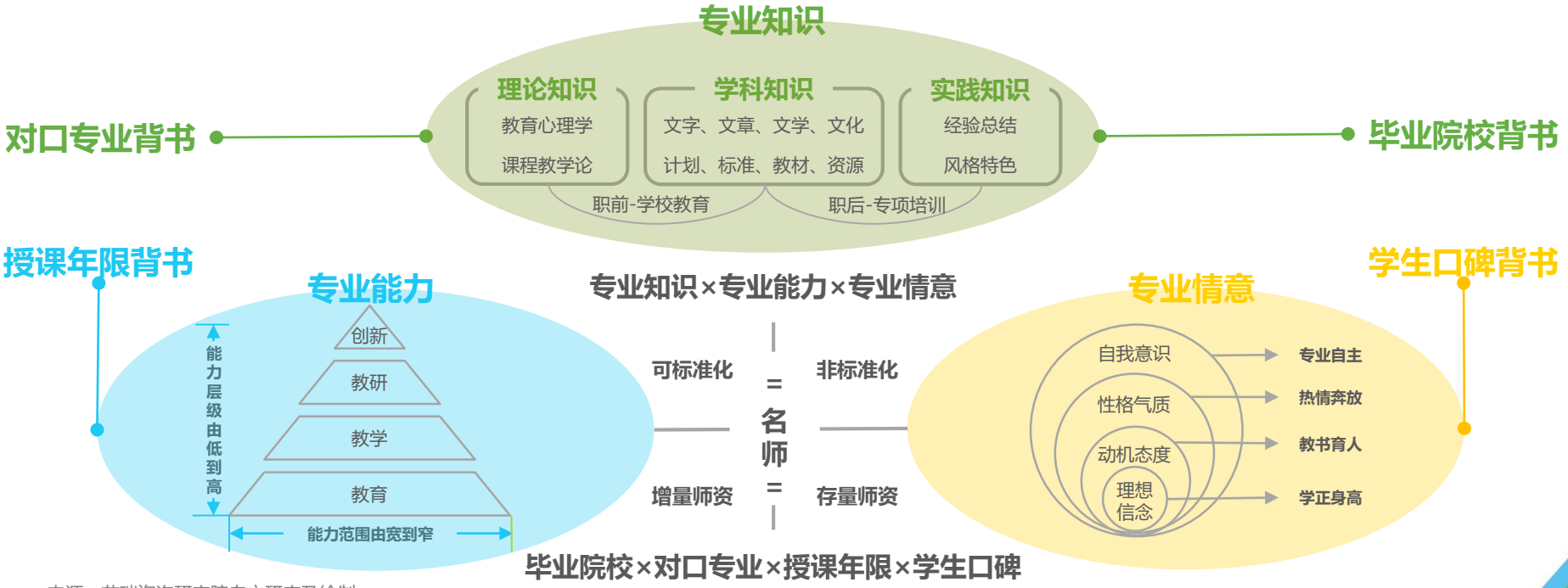
未来趋势：名师化、泛IP化、OMO化 5

名师化

新课改倒逼教师内外兼修，严要求与高标准下，名师更稀缺

从语文师资存量来看，相较于英语与数学而言，语文参培率不高，语文学科培训市场的成熟度相对较低，语文教师质量参差不齐，市场上优质语文师资的储备相对较少。随着语文培训需求被不断激发，存量名师的授课价格与市场地位将得到显著提升，在存量优质师资匮乏的阶段，以品牌与资本聚拢一揽子名师的企业往往更具有先发优势。从语文师资增量来看，在新课改的严要求与高标准下，语文教师的培养周期被拉长，基于专业背景的职前学校教育与基于教学实践的职后专项培养都将大大提高语文教师的准入门槛，叠加我国语文教师培养机制尚不健全，校内外优质语文教师的供需缺口将长期存在，在可以预见的未来，依托于名师模式的产品及服务仍然是大语文市场的标签。

语文教师专业素质体系与名师标签



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.7 iResearch Inc.

泛IP化

培训学段前置，语文教学内容独具IP运营潜质

一方面，语文学科的学习重在“厚积薄发”，需要日积月累，强调综合运用，这一点决定了语文的学习周期较长，且单位时间内的学习效果难以外化。另一方面，相较于数学而言，语文应试培训“见效慢”，拉长了语文的培训周期，培训学段将进一步前置，幼小学龄段的潜在市场将成为众多市场参与者的必争之地。正如前文所述，经典内容精品化是幼小阶段产品的主要发展方向，语文培训机构可联合内容制作公司/团队，依托于自身教学教研的长期积累，通过IP化运营的方式，将优质的教学内容植入漫画、动画和音频当中，提升品牌在幼小学龄段用户心中的认知，为幼小课程的覆盖与转化奠定用户基础。此外，对于高年级学生而言，教师的个人形象逐渐立体起来，具备较强个人特色的教师往往也是其所属机构或学校的一张名片。相较于数学与英语而言，语文教学内容的可延展性较强，文、史、哲等文学与文化内容的传播性更好，更容易覆盖到学生家长（家长大概率不会去听一位数学教师讲解三角函数，但也许会愿意去听一位语文教师讲解古诗词）。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.7 iResearch Inc.

OMO化

技术方案成熟，语文教学线上线下应用场景丰富

从优质内容供给的角度来看，正如前文所述，新高考、新课标与新教材是大语文行业发展的核心驱动力，均属于全国范围内的语文教学与考试变革，其影响贯穿于不同线级的各类城市。借助新媒体时代的各种大众传播工具，语文培训意识的蔓延速度将更快，低线城市的语文培训需求将得到迅速释放，在线化教学成为机构从高线城市向低线城市扩张与输送优质内容的主要手段。从优质服务供给的角度来看，高频次互动与数据可视化是提高教学服务水平，进而提高教学质量的关键。语文学科在“教-学-练-测-评”五大环节中均已实现不同程度的线上化，各类应用场景的线上线下融合相对自然。从授课方式来看，语文教师的授课语言往往抑扬顿挫，相较于数学与英语而言，声情并茂的授课风格具备更强的课堂表现力，“网感”基础相对较好，语文教师线上化教学的临场感更强。从学习方式来看，阅读模块的线上练测系统相对成熟，写作模块的基础批改与评阅功能也初具雏形，朗读、背诵、默写、听写等日常练习、限时测试与自动评分系统均已普及。

语文学科OMO的主要特征

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.7 iResearch Inc.

关于艾瑞

在艾瑞　我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞　我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞　我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好地为您服务。

在艾瑞　我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞　我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

- 我们是艾瑞，我们致敬匠心　始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。

扫描二维码
读懂全行业

海量的数据　专业的报告

400-026-2099　ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

iResearch

艾 瑞 咨 询

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。